

中等职业教育国家规划教材

全国中等职业教育教材审定委员会审定

销 售 服 务 技 术

(商品经营专业)

主 编 印文郁 汤向阳

责任主审 万 融

审 稿 刘 菲 黄桂芝



A0977251



高等教育出版社

内容提要

本书是根据教育部制订的《中等职业学校商品经营专业教学指导方案》和《销售服务技术教学基本要求》编写的国家规划教材。本书着重阐述了零售商业柜台服务技术,柜台营业工作程序及基本业务技术,零售商业柜台操作技术,礼品包装技术,电子收款机的应用技术,商品陈列技术。为帮助读者的阅读、使用和练习,每章后都附有复习思考题及实训题。

本书实用、内容丰富,可作为中等职业学校商品经营专业教材,也可作为商业人员在职培训及自学指导用书,以及商品经营类专业学生参加营业员技术等级考核(中级)的指导书。

图书在版编目(CIP)数据

销售服务技术/印文郁,汤向阳主编. —北京:高等教育出版社,2002.7
中等职业教育规划教材
ISBN 7-04-011013-X

I. 销... II. 汤... III. 零售商业—销售管理—专业学校—教材 IV. F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 043379 号

销售服务技术

印文郁 汤向阳 主编

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号

邮政编码 100009

传 真 010 - 64014048

购书热线 010 - 64054588

免费咨询 800 - 810 - 0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 中国农业出版社印刷厂

开 本 787 × 1092 1/16

印 张 14.5

字 数 340 000

版 次 2002 年 7 月第 1 版

印 次 2002 年 7 月第 1 次印刷

定 价 17.70 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

前 言

根据教育部《中等职业学校商品经营专业教学指导方案》和《销售服务技术教学基本要求》，为适应中等职业学校对高素质劳动者和中初级专门人才培养，及对商品经营类专业的学生进行营业员技术等级考核(中级)培训的需要，编写了这本《销售服务技术》(3年制,商品经营专业)国家规划教材。

本书内容丰富，通俗易懂，实用性强，在内容选取上兼顾营业员工作岗位的现实与发展的需要，系统地阐述了营业员工作岗位所应具备的基础理论知识和基本技能，力求理论与实践有机地结合，具有较强的针对性、有效性和操作性。对本课程的学习，除课堂教学外，还必须加强商品包扎、礼品包装、称量、丈量、点钞、收款机操作、陈列等技术的实训练习。

本课程教学学时数为108学时，具体安排如下表(供参考)。

章 节	课 程 内 容	学 时 数		
		合 计	讲 授	实 训
第一章	销售服务技术概述	2	2	
第二章	零售商业柜台服务技术	8	6	2
第三章	柜台营业工作程序及基本业务技术	10	6	4
第四章	零售商业柜台操作技术	38	10	28
第五章	礼品包装技术	12	4	8
第六章	电子收款机的应用技术	14	4	10
第七章	柜台、货架商品陈列技术	14	6	8
机 动		10		
总 计		108	38	60

参加本书编写的有：汤向阳、高建国、曾令玉，全书由印文郁、汤向阳总纂，卜连明绘制插图。

本书由中国人民大学万融教授任责任主审，北京工商大学刘菲教授、黄桂芝副教授审稿。本书在编写过程中，得到了江苏省教育委员会、南京市劳动局、南京市商业局、南京市鼓楼职业学校和许多学校领导与专家的大力支持，在此一并表示感谢。

由于编写时间仓促，编写水平有限，缺点和疏漏在所难免，请广大读者提出宝贵意见，以便进一步修订完善。

编 者
2002年5月

目 录

第1章 销售服务技术概述	1	技术	45
第一节 销售服务技术在零售商业经营过程中的作用	1	第一节 营业工作程序	45
一、销售服务技术的概念及内容	1	一、营业前的准备工作	45
二、销售服务技术在零售商业经营过程中的作用	2	二、营业中的销售工作	47
第二节 售货员工作在零售商业企业中的地位	3	三、营业中的辅助工作	48
一、售货员的职业定位	3	四、营业后的结束工作	49
二、售货员工作的地位和作用	4	第二节 柜台基本业务技术	51
三、售货员的素质要求	6	一、柜台进货业务技术	51
复习思考题	8	二、柜台销售业务技术	58
第2章 零售商业柜台服务技术	9	三、柜台储存业务技术	63
第一节 售货员的岗位职责及服务规范	9	四、柜台商品理货技术	68
一、售货员仪容仪表的规范	9	复习思考题	70
二、售货员守则要求	11	实训题	70
三、柜台纪律规范	11	第4章 零售商业柜台操作技术	73
四、营业服务质量	12	第一节 计价、收款、点钞和开票技术	74
第二节 经营中的服务技巧	14	一、计价、收款和找零的方法	74
一、微笑服务技巧	14	二、真、假币的鉴别	75
二、电话、邮购服务技巧	16	三、点钞方法	82
三、退换货服务技巧	18	四、清点硬币	88
第三节 柜台接待技术及各种常见矛盾的处理	20	五、零售发票、转账支票的填制	89
一、接待一般顾客的方法	20	第二节 拿、放和展示商品的技术	91
二、接待特殊顾客的方法	27	一、商品拿、放的技术要求	92
三、现代售货服务理念	31	二、商品展示的技术要求	98
四、正确处理售货矛盾	38	第三节 称量、丈量 and 点数技术	105
复习思考题	43	一、商品的称量技术	106
实训题	44	二、丈量和开剪技术	110
第3章 柜台营业工作程序及基本业务		三、商品的点数技术	116
		第四节 商品的包装和捆扎技术	118
		一、商品的包装技术	118
		二、商品的捆扎技术	122
		复习思考题	127

实训题	127	四、电子秤	176
第5章 礼品包装技术	133	五、磁卡阅读器	176
第一节 礼品包装的步骤及		第三节 电子收款机的维护与保养	177
注意事项	133	一、电子收款机简易故障的检查	177
一、礼品包装的基本步骤	133	二、电子收款机的维护与保养方法	178
二、礼品包装的注意事项	136	复习思考题	179
第二节 礼品包装的方法	137	实训题	180
一、礼品盒包装技术	137	第7章 柜台、货架陈列技术	181
二、无盒礼品包装技术	141	第一节 柜台、货架商品陈列技术	181
三、鲜花的包装技术	143	一、商品陈列概述	181
四、礼品花制作技术	145	二、柜台、货架商品陈列技术	182
五、礼品袋制作技术	150	第二节 超级市场商品陈列技术	186
复习思考题	153	一、超级市场商品陈列的基本原则	186
实训题	153	二、超级市场商品陈列的方法	188
第6章 电子收款机的应用技术	155	三、超级市场商品陈列的检查事项	195
第一节 电子收款机的应用	155	复习思考题	195
一、电子收款机的基本结构	155	实训题	196
二、电子收款机的主要功能及分类	158	附录1 中华人民共和国工人技术等级	
三、电子收款机的操作	159	标准	197
第二节 电子收款机外设的应用	175	附录2 中华人民共和国职业技能鉴定	
一、条形码阅读器	175	规范	201
二、商品条形码盘点表	176	参考书目	223
三、条形码打印机	176		

1 销售服务技术概述

本章学习要点

本章主要阐述了销售服务技术在零售商业经营中的作用以及售货员工作在零售商业企业中的地位。

通过本章的学习,使学生了解强化服务意识、提高服务质量是做好服务工作的基础;了解提高服务技术是扩大商品销售、提高经济效益的重要手段;理解销售服务技术的概念及内容;了解售货员的职业定位;了解服务的品质决定企业未来命运的意义;理解售货员应具备良好的素质。

本章教学的重点为销售服务技术的概念及内容,难点为售货员应具备的素质。

随着社会主义市场经济体制的建立和完善,商业竞争日趋激烈。在众多商家建筑一流、设备一流、装潢一流的情况下,服务是一条至关重要的“生命线”,它已成为衡量企业形象的标志之一。广大售货员必须熟练掌握销售服务技术,不断提高业务素质,做到接待有序、服务周到、操作规范,正确处理售货矛盾,让每一位顾客高兴而来、满意而去,实现商品流通企业的经营效益。

第一节 销售服务技术在零售商业经营过程中的作用

一、销售服务技术的概念及内容

(一) 销售服务技术的概念

商品销售是指零售商业企业通过货币结算方式,把购进的商品出售给消费者、用来实现商品从实物形态到货币形态转化的买卖行为。商品销售是商品流通的重要组成部分,是零售商业企业经营活动的中心环节。商品销售是使商品退出流通领域,进入消费领域,结束商品流通过程,实现商品的价值和使用价值,达到生产目的的必要条件。它对于柜组经营业务有着直接重要的影响。柜组的经营方向、文明程度、经济效果也都在很大程度上体现在销售环节。因此,柜组在组织商品销售过程中,要减少商品销售环节,提高服务质量,讲究销售服务艺术,不断扩大商品销售。销售服务技术就是保证、强化商品销售活动过程中的业务操作技能,或者说售货员正是通过销售服务技术的实施,完成商品销售任务,实现了商品流通企业经营目标的。

销售服务技术是指商品销售过程中,售货员必须具备的经营、服务的操作规范。售货员通

过规范操作,提高经营服务质量,有效满足顾客需要,实现商品流通企业的经营效益。

(二) 销售服务技术的内容

销售服务技术是按照售货员工作岗位特点确立的一门学科,是销售服务全过程、全方位的技术。它是由零售商业柜台服务技术、柜台营业工作程序及基本业务技术和零售商业柜台操作技术构成的。

零售商业柜台服务技术,是售货员必须具备的销售技术,它是以售货员的基本服务技能为主的直接为顾客服务的技术,包括售货员的岗位职责及服务规范、经营中的服务技巧和柜台接待技术及各种常见矛盾的处理技术。

柜台营业工作程序及基本业务技术,主要是指按营业工作程序的时间先后分为营业前的准备工作、营业中的辅助工作和营业后的结束工作三方面工作的技术要求,以及商品进销存经济活动的柜台基本业务技术。

零售商业柜台操作技术的实施是以商品、货币为主体的活动过程,它是以计价、收款、点钞和开票技术,拿、放和展示商品技术,称量、丈量 and 点数技术,商品包装和捆扎技术,礼品包装技术,电子收款机应用技术和商品陈列技术所组成的。通过销售操作技术的实施,使商品销售在规范操作程序的服务之中,达到商品销售的目的。

二、销售服务技术在零售商业经营过程中的作用

(一) 提高服务质量是做好销售服务工作的基础

服务质量是商业工作者直接对消费者服务的工作质量,是指能够满足服务需求的特性的总和。

在商品营业过程中,售货员的售货过程就是服务。售货员的服务,既是个人形象的表达,又是企业集体的代表。顾客对售货员个人服务水平的评价往往被概括为企业的整体服务形象。因而,售货员个人的服务水平对企业整体形象有重大影响。同时,服务作为一种特殊的商品和商品交换的一种特殊形式,有着特殊的价值,简言之,服务创造一种“顾客满意”就是价值。一个不满意的顾客带走的将是大批潜在的顾客,一个企业要想在市场竞争中赢得顾客,掌握市场主动权,就要努力使每一位顾客满意,提高销售服务质量是创造“顾客满意境界”所不可或缺的重要手段。因此,提高服务质量是做好销售服务工作的基础。

(二) 提高销售服务技术能够加快售货速度,提高工作效率

作为售货员有其最基本的销售操作技能:拿、放、包扎、包装、算。递拿商品不是随手拿拿,而是要根据商品的不同特点、性能、规格和用途等,向顾客作介绍。放,是把商品放到顾客面前,让顾客鉴别,挑选。放时要注意轻拿轻放,要注意有礼貌地递放商品,对某些易脏易碎易变形的商品要提前向顾客说清,以保护商品,避免引起不必要的麻烦。商品成交后的包扎和包装,既要面对顾客,动作利索,又要力求美观、大方和结实。这一切构成了最基本的销售技能。如能熟练掌握它,在商品销售中就会有效提高单位时间的销售量。特别是地处商业中心的大商厦,当售货柜台出现售货高峰时,不仅要求拿、放、包扎、包装,计算正确,规范,还

要掌握“接一、顾二、联系三”的销售法，在短时间内要立即区分哪些顾客是急买的、哪些顾客是挑选商品的、哪些顾客是问价打听的，然后回答问价打听者、安排挑选者、成交急于购买者，要做到忙而不乱，井然有序，使顾客各得其所，从根本上提高商品销售工作效率。因此，提高销售服务技术能够加快售货速度，提高工作效率。

（三）提高销售服务技术是扩大商品销售，提高经济效益的重要手段

商品销售经营活动的成效受到多方面因素的影响，其中服务是最重要的影响因素之一。因为销售服务技术的好坏直接影响企业的形象与商品的销售。另外服务相对于商品、资金、技术设备等硬因素来讲，是可控性和可塑性最强的。在市场竞争逐渐激烈，商品、资金、设备日趋完善情况下，服务必将成为商业企业竞争中的基本方式和关键手段。

目前，人民群众的消费需求变化具有多样化、复杂化的特点，商业企业组织好商品销售，便能保证人民群众的生活水平随着货币收入的增加不断得到改善。同时组织好商品销售，在各企业之间开展各种促销手段的竞争，特别是质量竞争、价格竞争、服务竞争，有利于商业企业及时根据消费者需求及自身各方面的条件，有效地提高企业的竞争力。商品销售有利于提高企业经济效益，商业企业从事商品经营活动，其直接目的是盈利。而企业盈利多少，归根到底取决于商品销售。加强销售管理，采取各种策略扩大商品销售，可以缩短商品流通时间，减少商品资金的占用，减少银行利息，节省仓储费，降低商品损耗。离开了商品销售，或者商品销售不出去，就会给国家、企业、柜组 and 劳动者个人带来经济损失。可见，搞好商品销售，有利于提高企业的经济效益。

总之，销售服务技术在商品经营过程中有着重要的作用，它对于促进经营服务水平提高，促进社会商业的发展，促进人民消费水平的提高有着不可忽视的作用。

第二节 售货员工作在零售商业企业中的地位

一、售货员的职业定位

（一）售货员职业的特点

1. 售货员职业的服务性

商品销售是通过售货员的服务性劳动和技术性劳动来实现的，营销活动最大的特点是其劳动的特殊性即提供服务。服务就是指不以实物形式，而以提供劳动的形式来满足人们的某种需要。消费者在购物活动中，不仅要得到物质上的满足，还要得到心理上的满足。因此，在营销活动中，售货员的职业特点就是尊重顾客自我意识，给顾客带来快乐和心理体验，同时，也使自己在工作中获得自我存在的体验与服务快乐的心理。

2. 售货员工作的特殊性

了解售货员工作特殊性，是做好售货员工作的基础。售货员的工作是直接同顾客、商品、货币打交道的。因此，售货员工作的特殊性主要表现在以下几个方面：

（1）具有制约性和影响性。顾客是售货员服务的对象，没有顾客的加入，售货员的销售工

作就无法开展。售货员在工作过程中必须严格执行党和国家的政策和法规,并遵守各项规章制度。售货员工作的好坏,不仅会影响顾客的心理感受和企业的形象,而且还将影响到国家、集体、个人的经济利益。

(2) 具有不均衡性和不定型性。顾客到商店购货的时间和人数是非固定化的,售货员的工作也就不可能持续不断,会出现间歇。商店各部门及每一位售货员的工作状况是不均衡的,但是具有一定的规律性。售货员每天面对的是千差万别的顾客,接待的时间和成交的次数带有很大的灵活性,难以定型化。

(3) 具有独立性和综合性。售货员劳动效率的高低,取决于个人的经验、知识、技术、自觉程度、生理状况等,要靠售货员独立完成工作,既有技术性劳动,又有服务性劳动,但有的工作是不能靠完全分工来完成的,必须依靠协作劳动。

(4) 对售货员的劳动效果评价要运用综合性指标。劳动效果评价既要经济效果考核,如完成的销售额(量)、利润额、成交次数等,也要从社会效果考核,如服务质量、为顾客提高便利的程度、企业经营思想贯彻的情况、解决营业中出现问题的水平等。

(二) 售货员的职业定位

售货员的职业定位是导购员。由售货员发展至导购员,实际上是零售业的一场革命。导购员与售货员相比,有两大不同:一是市场观念发生变化;二是职责内容焕然一新。

(1) 从市场观念方面看,导购员的立足点发生了变化,由过去的销售核心转移至消费者核心。具体地说,导购员不是向顾客强行推销。恰恰相反,售货员的一切行为都是为顾客着想,顾客不喜欢的东西不卖给他,顾客喜欢但不适合他的东西也不卖给他。售货员行为的目的由获得最大的销售额进化为顾客提供最为完善和恰当的服务。其变化的结果却能带来长期的利润和效益。

(2) 从售货员职责方面看,已从商业化扩展至公益化,服务功能逐渐强化于销售功能,无形因素似乎比有形因素还重要。

二、售货员工作的地位和作用

(一) 售货员工作的地位

1. 售货员与企业经营

零售企业的经营过程包括采购、销售、运输、储存四个环节,在这四个环节中,销售是中心,而零售企业的商品销售就是通过售货员的平凡劳动来完成的。如果说商业是联结工业同农业、生产同消费的桥梁和纽带,那么售货员就是这桥梁中的一砖一石,纽带上一丝一线。他们是零售企业的主力军,是为生产服务、为人民生活的直接承担者。因此,售货员在零售企业中的地位是极其重要的。

2. 售货员的劳动是社会必要劳动

商品销售主要是通过售货员的技术性劳动和服务性劳动,以及他们在与消费者的双向沟通中实现的。售货员的劳动,是整个商业经营活动的关键环节,无论商业现代化程度有多么高的水平,都离不开售货员的劳动。商业的繁荣与发展,消费者日益增长需求的满足,归根到底取

决于售货员的劳动热情与劳动效率。售货员的柜台售卖活动是商品流通过程的终点,为把商品送到消费者手中,要付出搬运、整理、挑选、保管、陈列、拿递捆扎、计价收款等项劳动。其中,商品的运输、保管、挑选、整理和包装等生产性劳动,都是生产过程在流通领域中的继续,增加了商品价值。商品的买卖、管理和核算等非生产性的劳动,虽然不创造价值,但如果没有这些劳动,就不能实现商品的价值,社会再生产就不能继续进行。由此可见,售货员的劳动无论是生产性和非生产性的,都是社会的必要劳动,如果没有售货员的辛勤劳动,消费者的需要就不能得到满足,整个社会的生产和生活都会发生困难,社会的各组成部分就会难以运转。

(二) 售货员工作的作用

1. 从售货员的工作特点看其在国民经济建设中的作用

售货员的工作特点,一是直接同消费者打交道;二是直接与商品打交道;三是直接与货款打交道。这些特点说明,售货员的工作同工农业生产的发展、同消费者的切身利益、同企业的经济效益都有着密切的联系。售货员的重要作用具体表现为:

(1) 售货员的工作可以促进生产发展,引导消费。售货员处于零售企业的第一线。担负着商品的零售任务,具有联系面广、熟悉市场和擅长购销的特点,既了解生产发展情况和商品的性能特点及用途,又了解消费需求变化趋势,因而可以根据产销发展变化情况,及时向生产部门提供市场需求变化的信息,使生产适应消费的需要,同时,通过向消费者介绍新产品及新的消费趋势,促使新的消费需要和消费习惯的形成。通过售货员的业务活动,从各方面促进生产和消费的结合。

(2) 售货员要通过改善经营管理、加强经济核算、增强责任心、减少商品的损耗,实现经济效益。

(3) 售货员要积极开展购销业务、扩大销售、加速资金周转,增加企业利润。对于货款要避免差错,如出现差错,要尽快找出原因,以免企业的利益受到损失。

2. 售货员工作在体现商品流通企业整体经营水平和塑造企业形象中的作用

(1) 售货员工作在体现商品流通企业整体经营水平中的作用。社会主义市场经济的确立,使商品经济的发展,特别是生产、经营要素的配置达到最佳比例,以减少不必要的损失。因此,商品的科技含量和经营的现代化,已经成为商品流通企业经营水平高低的标志。而商品销售、现代化经营对于商品流通企业来说,最终是售货员完成的,就这一点来看,售货员的销售服务技术,是商品流通企业整体经营水平的缩影。

(2) 售货员工作在塑造企业形象中的作用。“形象致胜”、“卖商品就是卖形象”已成现代企业的共识。企业形象的好坏,直接关系着企业的发展前途。零售企业是最终向消费者提供商品和服务的商业经营单位,是商品流通的最终环节,是流通渠道的“出口”。在市场经济条件下,整个社会的供需矛盾最终要在零售企业和消费者之间体现并加以解决。谁赢得了消费者,谁就赢得了市场,谁就会在激烈的市场竞争中取胜。

现代经营者已经意识到消费者需求的深刻变化和商品营销的缺陷,所以在商品销售之前,先塑造自己的形象,“先推销自己”,占领消费者心理市场,因此,现代经营企业拉开了以形象求生存,塑造完美形象的帷幕。

售货员在塑造良好的企业形象过程中,起着举足轻重的作用。售货员的言谈举止都代表着企业。企业的经营理念,就是通过售货员的一举一动体现出来的。因此,售货员首先应坚持诚信为本,货真价实;其次是以尊重顾客、方便顾客、维护消费者权益、对消费者负责为中心,实行全方位的优质服务;再次是售货员要统一服装,注重店容店貌,货位合理布局,商品陈列美化,创造整洁、优美、舒适的购物环境。只有这样才能塑造良好的企业形象,使消费者对企业产生认同感,提高对企业的整体评价,不断地为企业的金字招牌增添光彩。

3. 售货员的工作对社会主义精神文明起促进作用

社会主义的文明经商、优质服务是社会主义精神文明建设的重要组成部分,对社会风气有着不可低估的影响。售货员的柜台服务活动社会接触面广,与人民生活息息相关,是建设社会主义精神文明的前哨阵地和重要窗口。顾客通过售货员的待客态度、服务语言、服务方式、服务作风,来看社会风气、看形势、看政策。因此,售货员在接待顾客过程中的一言一行都在自觉或不自觉地对整个社会精神文明建设发生作用。对国际友人来说,售货员的服务代表的是一个城市、一个地区的公共形象;对本地顾客来说,售货员服务工作的好坏体现着社会主义的道德风尚和党的政策。售货员的一言一行,反映的是整个社会的文明程度。

三、售货员的素质要求

(一) 售货员素质的概念

素质是一个外延很广的概念。狭义的素质是指人的先天生理特点和功能。广义的素质包括人的体质、性格、志趣、智能、作风以及道德品质、文化修养等,具有极为广泛的内容。

售货员的素质是售货员的职业素质,它是指售货员在售货活动中所具备的符合职业特点的素质。随着社会分工的发展,专业化程度的提高,社会化大生产要求人们去从事一定的社会职业。对于每个从事一定社会职业的人来说,都必须具有特定的条件。就售货员这种社会职业来说,不仅要求身体健康,而且要求有良好的外在形象,并具备良好的内在素质。

对售货员素质的要求是随着商品经济的发展和销售实践的不断深入而逐渐发展和完善起来的。特别是现代化零售企业的售货员,其素质的要求远比过去的售货员要全面得多,高得多,由单纯的售卖,发展到综合的文明经商,又由文明经商,发展到高超的售货艺术。这一发展过程,表明了售货员素质标准的变化。单纯的售卖仅要求售货员具有收付的能力;综合的文明经商则要求售货员具有礼貌待客、公平交易的能力;高超的售货艺术更要求售货员具有根据顾客心理进行服务的艺术能力。

(二) 售货员的素质要求

售货员的素质是由各方面的因素和要求组成的,而有理想、有道德、有文化、有纪律是社会主义零售商业售货员素质的基本内容。随着社会主义市场经济体制的建立和完善,企业之间的竞争日趋激烈,客观形势对售货员的素质结构提出了新的、更高的要求,其内容更加广泛。根据我国零售商业现代化管理的需要,作为一名优秀售货员应具备的基本素质是:

1. 思想政治素质

思想政治素质是指优良的政治品质。这是售货员的基本素质。商业企业的售货员只有热爱

党、热爱社会主义制度，才能端正经营方向，全心全意为人民服务，才能把售货员工作看成自己的切身事业。

2. 业务技术素质

业务技术是售货员做好本职工作的关键。售货员的劳动并不简单，必须具备各方面的业务技术素质，才能适应自己所承担的工作。业务素质包括业务知识、商品知识、销售服务技术三个方面的内容。

(1) 业务知识。是商业基本业务活动的知识，主要包括商品的购进、验收、销售、保管、盘点和损溢处理及价格管理等环节的业务内容。因此，售货员必须从实际出发，熟练掌握各个环节的基本业务知识。同时，作为现代零售企业售货员，对企业经营策略、市场预测决策等知识也应熟知。

(2) 商品知识。售货员天天和商品打交道，必须熟悉商品知识。熟练掌握商品知识，有利于搞好优质服务。售货员要掌握商品知识，最基本的是要做到“八知”，即知道商品的编号、品名、产地、规格、特性、价格、使用和保管方法。

① 熟悉商品编号。记熟商品编号，对于做好进货、保管、调价等工作都是很有益处的。很多售货员亲身体会到熟记编号的好处，下功夫苦背硬记，练就一套硬功夫，一看编号就知道是什么商品，看到商品就能背出其编号和单价。

② 熟悉商品的品名和产地。一般地说，商品的品名是大家比较熟悉的，但有的商品在不同地区有不同的叫法，如杂拌糖又叫什锦糖，锦纶袜又叫尼龙袜。只有掌握同一种商品的不同叫法，才不会把商品弄错，以致影响服务质量。同时，还应知道各种产品的产地。例如，“八大名酒”中的茅台酒产于贵州仁怀县茅台镇茅台酒厂；红塔山牌香烟产自云南；张小泉刀剪产自杭州。了解驰名中外的产品，如大连贝雕，武汉铜锣，福州茉莉花茶，青岛啤酒，南京桂花鸭，龙口粉丝等。掌握了这些商品知识，才能很好地向顾客宣传介绍商品。

③ 熟悉商品价格。这是一个政策性很强的问题，涉及千家万户的切身利益。因此，售货员一定要熟悉制订价格的政策；依据和方法，并要正确执行物价政策。

④ 熟悉商品的使用、保管和维修方法。顾客购买某种商品，总希望更多地了解这种商品的使用、保管和维修方法。对于一些新产品来说，这一要求更为普遍和强烈。售货员应耐心介绍，这是售货员的职责和义务。经营电视机、空调、洗衣机等高档商品的人员，必须学习这些商品的组装、调试、使用、保管和维修方法，掌握这些方面的业务技能。

(3) 销售服务技术。销售服务技术是售货员搞好文明经商、提高优质服务的重要基础。拿、递、称、量、包扎、包装、计价开票、陈列、收款点钞和收银机操作是售货员传统的操作技术，是柜台服务的基本功，每个售货员必须全面掌握，并要做到熟练、准确、迅速、文明。这不仅可以提高服务质量和劳动效率，而且能够赢得消费者的信赖。同时售货员还应掌握现代化商场各种营业设施的使用。

3. 身体素质

身体是干好工作的本钱，因此，售货员要具有健康的身体，充沛旺盛的精力，才能胜任工作。售货员的工作任务是繁重的，现代商业要求售货员站立服务，开架售货的还需要及时走到顾客面前介绍、包扎商品，连续长时间站立和不断地来回走动，使售货员非常劳累，没有健康的身体是很难胜任的。在工作中始终如一地保持主动、热情、耐心、周到的服务态度和服务质

量,没有健康的身体、充沛的精力和顽强的毅力,往往是做不到的。另外,售货员健康的身体也会给顾客一种美感,使顾客有一种安全感,从而对该店的经营产生可靠、信赖的心理感觉,促成商品买卖。因此,售货员应根据自己的具体情况,加强锻炼,增强体质,锻炼顽强奋斗的品质及坚忍的毅力,才能持久出色地完成各项工作任务。

4. 技术创新素质

当今世界科学技术突飞猛进,一个国家综合国力和国际竞争力的强弱,关键取决于科学技术水平和技术创新能力。没有科技进步就无以兴国。售货员要在平凡的日常工作中不断总结经验,结合岗位特点,大胆开展销售服务技术创新,培养自身的技术创新能力和创新精神,以便更好地为顾客服务。

5. 心理素质

培养售货员的良好心理品质,是市场营销工作的基础。构成售货员心理品质的要素主要有以下几个方面:

(1) 情感品质。情感是人对客观现实的一种特殊反映形式,是人对现实中的事物和现象是否符合其需要而产生的态度体验。在商业销售活动中,售货员对本职工作,对消费者以及与销售活动有关的各种事物和现象,会抱有不同的态度,存在不同的情感。由于情感是人对事物的一种好恶倾向,所以不同的情感就会引起不同的销售行为,或使行为积极,或使行为消极。

(2) 意志品质。意志是人为了实现预定目的而自觉努力的一种心理过程。意志具有积极的能动性和制约性。意志的能动性,推动主体朝着确定的目标前进,意志的制约性使主体克服各种障碍穿越阻力而前进。能动性和制约性的平衡与统一形成自觉坚定的意志品质。

(3) 能力品质。能力是直接影响人顺利有效地完成活动的个性心理特征。能力和活动相联系,只有在活动中才能发挥人的能力、了解人的能力。售货员应在商业营销活动中,不断掌握知识、技能和技巧,逐步形成各种适应消费者需要的特殊能力,有效地提高服务质量与服务艺术。

复习思考题

1. 如何理解销售服务技术的含义?
2. 售货员掌握熟练的销售服务技术有何意义?
3. 售货员的职业有哪些特点?
4. 售货员工作的地位和作用是什么?
5. 你认为一名优秀的售货员应具备哪些素质?

2 零售商业柜台服务技术

本章学习要点

本章主要阐述了零售商业柜台服务中的有关要求和规范、技巧、接待不同顾客的方法以及正确处理售货矛盾的方法与技巧。

通过本章的学习,使学生了解售货员的仪容仪表的具体要求及应该遵守的纪律与守则,把握经营中的三种服务技巧,掌握柜台接待技术,学会处理柜台接待工作中常见的各种矛盾的处理。

本章教学的重点为服务技巧、接待方法及有关矛盾的处理,难点为如何根据不同情况采用相应的方法和技巧对矛盾进行处理。实训的重点为柜台接待技术、练习灵活处理出现的各种柜台矛盾。

零售商业柜台服务在柜台售货过程中占有重要的地位。柜台销售服务质量的高低对消费者的购物心理产生巨大的影响。柜台销售服务质量在很大程度上取决于售货员对岗位职责、服务规范掌握以及对服务技巧的灵活运用情况,将销售服务技巧运用于柜台销售的各个环节,是每个售货员必须掌握的一门技术。

第一节 售货员的岗位职责及服务规范

一、售货员仪容仪表的规范

仪表,一般是指人的外表,包括容貌、服饰、姿态、风度等方面。仪容,一般指一个人的容貌,它是容貌的重要组成部分。售货员从事商品销售服务,每天要与许多顾客打交道,就必须十分注意个人的仪容仪表,讲究应有的礼仪,这样才能在消费者面前树立起良好的形象,从而提高商业企业的知名度和经济效益。

(一) 售货员注重仪容仪表的意义

售货员在售货服务工作中,应注重个人的仪容仪表,这是由售货员的工作性质决定的。

1. 注重仪容仪表是售货员应具备的基本素质之一

售货员的仪容仪表虽然是一种表面的东西,它却反映了思想文化、工作态度和工作作风,是构成售货员素质的基本因素。一个具有较高素质的售货员不仅要具有良好的职业道德、广博

的业务知识和熟练的专业技能,还应讲究个人的仪容仪表,这是因为售货员在同顾客的接触中,他们的仪容仪表会给顾客留下深刻的印象,售货员在给顾客提供周到服务的同时,得体的仪容仪表给人带来美的享受,从这个角度来说,售货员的仪容仪表关系到整个售货工作的质量。任何引起顾客不愉快的服装打扮、表情、动作,都会给顾客造成一种不良印象,而使销售工作大为逊色,从而导致销售工作的失败。

2. 注重仪容仪表有利于增强商店的竞争力

在现在商店林立、竞争激烈的市场形势下,注重售货员的仪容仪表有助于树立良好的商店形象,赢得消费者的信任,从而留住老顾客,发展新顾客,扩大市场占有率,提高商店在同行中的销售份额。售货员除了要着装修饰漂亮外,更重要的是要向顾客提供优质的服务。售货员的仪容仪表是衡量优质服务的重要指标之一,售货员每天接触来自五湖四海、各行各业的人们,良好的仪容仪表向人们展示着商场的精神、形象和管理,起着一种积极的宣传作用,增强顾客的信心,从而增强商场的竞争力。

3. 注重仪容仪表是售货员尊重自己和尊重顾客的需要

尊重是人们在社交中最普遍的心理需要,售货员首先是一位普通的人,他们要想在工作中得到别人的尊重,首先必须要自尊自爱,注重仪容仪表是售货员自尊自爱的具体体现,一个售货员如果不修边幅、衣冠不整,会被看做是一个生活懒散、没有责任心的人,他们很难得到顾客信任和尊重。所以注重仪容仪表是售货员尊重自己的需要。此外,售货员在服务工作中必须尊重顾客,尊重顾客有两种表达方式:一种是体现在语言上,文明礼貌的语言,亲切的笑容,给人以宾至如归的感觉;一种是体现在行为上,尤其是体现在仪容仪表上,售货员整洁大方的服饰,礼貌周到的服务,会使顾客感觉到自己是一位深受欢迎和备受尊重的客人,从而在心理上得到极大满足,愿意到这里来接受售货员的服务。

(二) 售货员仪容仪表的规范要求

1. 售货员的着装要求

着装要整洁美观,按要求穿制服。现在稍有规模的商店都有自己的统一工作服,穿制服时,售货员不宜佩带过多装饰品。因为制服不仅表示正在工作,而且代表着企业形象。如果制服被刻意修饰,制服的效果就会被冲淡,甚至被抹杀。对于工作服,售货员要注意爱惜和保护,保持干净整洁、不破损、不掉扣子、不变形。工作服的工整整洁是顾客判断商店服务水平的重要标准。售货员在上班时应保持工作服的工整整洁。

2. 售货员的修饰要求

修饰要自然大方,适合自己的行业特点。售货员在工作之前必须进行适当的修饰和化妆,这是尊重顾客的需要,同时也可以增加售货员的仪容美。但需要注意的是,女售货员的化妆以淡妆为宜,不能浓妆艳抹,发型宜短、散、直,或微长弱曲,以显自然、端庄之美;男售货员的修饰应以整洁为主,要经常理发修面,头发要保持清洁,尤其不要留长发和胡须。另外在工作时间内,售货员一般不允许佩带过多的个人装饰品,除工作需要外,不要佩带戒指、耳环、项链、手链等,以免分散顾客的注意力。

3. 售货员的个人卫生要求

要做到勤洗手、勤剪指甲、勤换衣服、勤洗澡、理发、刮脸,上岗前不要吃带异味的食

物，不要饮烈性酒，以免使顾客产生厌恶情绪。

4. 售货员的站姿要求

售货员基本站姿的标准做法是：头部抬起（一般不应高于自己交往的对象），面部朝向正前方，双眼平视，下颌微微内收，颈部挺直。双肩放松，呼吸自然，腰部直立。双臂自然下垂，处于身体两侧。手部虎口向前，手指稍微弯曲，指尖朝下。两脚呈“V”状分开。注意提起臀部，身体重量平均分布在两条腿上。

二、售货员守则要求

在柜台工作中，售货员必须遵守以下规则：

- (1) 文明经商，礼貌待客。优质服务，方便群众，对待顾客要热情周到、有问必答，不冷落顶撞顾客，坚持一视同仁。
- (2) 遵守国家有关价格的规定，不进行不正当价格竞争，不随意涨价，不变相提价。
- (3) 具有良好的商业信誉。买卖公平，老少无欺，明码实价，保质保量。
- (4) 保持良好的店容店貌。仪态端庄大方，衣着干净整洁，做到店堂窗明几净，商品陈列合理，品种供应齐全。
- (5) 洁身自爱，爱护公共财产。要廉洁奉公，爱护商店商品，不私拿商店物品，敢于同贪污、盗窃行为作斗争。
- (6) 遵守商店规章制度。坚守工作岗位，做到不迟到，不早退，不擅离职守。不在工作岗位聊天，不干私活。
- (7) 接受监督，有错就改。欢迎顾客和领导监督和批评指正，做到有错就改。
- (8) 做广告要实事求是。商品宣传要实事求是，对消费者负责，介绍商品时不夸大优点，也不隐瞒缺点，要考虑顾客的利益，为顾客精打细算，并主动介绍商品的养护知识，避免顾客因不懂商品的养护知识而蒙受经济损失。

三、柜台纪律规范

柜台纪律是售货员做好营业服务的基础和保证，是企业对售货员进行管理的有效措施，主要分为以下几方面：

- (1) 穿好工作服和佩带好工号牌。
- (2) 上班不迟到、不早退，不无故请假，不随便调班，不擅离工作岗位。
- (3) 有客时，要热情待客，礼貌服务，有问必答。无客时要整理商品，使其整洁美观。
- (4) 虚心接受顾客的批评或建议，不准与顾客顶撞、争吵。
- (5) 不在柜台内聊天、打闹，不在柜台内读书、看报、吃东西、抽烟、睡觉、闲坐。
- (6) 不准在柜台内会客、办私事。当班时间不准购买自己经营的商品。
- (7) 不准带小孩或非本柜售货员上岗。
- (8) 不准代卖私人物品，不准销售不符合质量标准的商品。
- (9) 不准因上货、盘点、结账等内部工作而影响接待顾客。
- (10) 不许私换外币，不准收取客人小费，不准故意多收或少受客人的钱。
- (11) 不准挪用、借用销售货款和票券。

- (12) 不内部私分商品。
- (13) 不准将私人的书包、挂包、钱包带进柜台。
- (14) 不准提前关门停止售货。
- (15) 交接班时做到：交接清楚，账款相符，签名负责。

四、营业服务质量

(一) 营业服务质量的涵义

营业服务质量的涵义有狭义和广义之分。狭义的营业服务质量是指售货员在商品销售过程中为顾客提供的各种劳务性服务质量的总称。如在顾客购买商品时售货员展示商品、介绍商品、包装商品、计价收款等方面的服务质量。广义的营业服务质量是指商店在销售商品的过程中，能够满足顾客所需要的一切特征。我们这里主要讲的是广义的服务质量。它包括以下几方面的内容：

- (1) 售货员的素质。如职业道德、服务态度、服务技巧等，这是服务质量的保证。
- (2) 在商品销售过程中能够向消费者提供适销对路、质量可靠的各种商品，这是服务质量的物质基础。
- (3) 提供良好的购物环境和设施。包括环境外观、货位布局、商品陈列、商品导购、物质设施等。

(二) 服务质量的基本内容

具体来讲，服务质量的基本内容如下：

1. 适销对路的商品

商品是提高服务质量的物质基础，没有一定的商品，提高服务质量就是一句空话。要提高服务质量，首先是使消费者买到称心如意的商品。因此，商业企业经营的商品品种、花色、规格等应力求一个“全”字，克服“重大轻小”，“重整轻零”的倾向，努力做到商品数量充足、花色对路、品种齐全、质量优良、价格适宜，使消费者买到合适的商品。

2. 合适的营业时间

要从方便顾客购买出发，按照所处地区特点、商品特色、服务对象、自然季节等的不同要求，合理安排。

3. 服务态度

服务态度是指售货员用良好的仪容仪表、热情礼貌的语言，获得顾客的信任 and 好感，这是销售活动中最直接、最集中的质量标志。售货员为顾客服务的过程中应持的态度包括四点：一要主动，即在接待顾客时主动打招呼，主动拿递商品和展示商品，主动介绍商品的性能、特点、质量、价格、使用和保管方法。二要热情，即高兴地接待顾客，面带微笑，态度和蔼，语言亲切。做到买与不买一个样，生人熟人一个样，购买商品和退换商品一个样，以热情的态度帮助顾客解决困难。三要耐心，即耐心地帮助顾客挑选商品，耐心地回答顾客提出的问题，做到挑多问多不烦，有问必答，尽力为顾客提供方便。四要周到，即在整个售货过程中，从关心顾客的需要出发，千方百计地为顾客服务。